

РЕШЕНИЕ

28 апреля 2010 г.

г. Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии В.И.Шевченко — руководитель Томского УФАС России;

члены Комиссии: Е.П. Фоминых – начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования, Н.В. Базарова - ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования; Т.Д. Максимова - старший специалист 2 разряда, отдела контроля рекламы недобросовестной и адвокатирования, рассмотрев дело № 06-11/35-10, возбужденное в отношении ЗАО «Издатель» (далее также – общество) по признакам нарушения п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», допущенного при распространении рекламы интимных услуг (проституции) в печатном издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г.,

в присутствии: представителя заявителя – от Комитета по местному самоуправлению Администрации г. Томска <...> на основании доверенности от 22.04.2010 №1478;

в присутствии представителя заинтересованного лица - от милиции общественной безопасности УВД по Томской области <...> на основании доверенности б/н от 23.04.2010 г.;

в присутствии законного представителя Закрытого акционерного общества «Издатель» - генерального директора <...>.

установила:

26.01.2010 (вх.№ 386) в Томское УФАС России поступило обращение комитета по местному самоуправлению администрации города Томска об обеспечении недопустимости рекламы проституции в томских СМИ. К обращению приложена резолюция Круглого стола «Реклама проституции как фактор растления молодежи» от 06.11.2009, в котором указывалось на факты распространения рекламы проституции в печатном издании «Реклама».

В своем обращении комитет по местному самоуправлению Администрации города Томска указывает следующее:

Указом Президента Российской Федерации от 09.10.2007 утверждена «Концепция демографической политики Российской Федерации», имеющая важное государственное и гражданское значение в борьбе с демографическим кризисом в России, для сферы репродукции человека, отношения полов, семьи. Под защиту Концепции попадают и женщины репродуктивного возраста (от 14 лет).

Томск - студенческий город. Согласно социологическому опросу, проведенному по заказу Координационного совета женщин при мэре г. Томска по мнению 373 опрошенных студентов Томских ВУЗов им известны факты занятия проституцией для заработка или за «сдачу экзамена». Проституцией занимаются женщины в возрасте от 16-24 лет. Это — женщины репродуктивного возраста.

Опрос среди томских студентов показал, что 61% из них получают информацию о сексуальных услугах в г. Томске через Интернет, еще 37% — СМИ (газеты «Из рук в руки», «Реклама», «Ва-банк», «А.З.С»; журналы «Недвижимость-Курьер», «Автожурнал», «АВТОцены», «Автокурьер»), 24% — от своих знакомых, 17% — из объявлений на столбах, домах, остановках, общежитиях. Второе место по степени распространения рекламы сексуальных услуг в городе Томске, по мнению опрошенных, занимают газеты, из которых 41,6% респондентов получают данную информацию.

По данным медиков занятие проституцией в репродуктивном возрасте наносит непоправимый вред здоровью будущих матерей. Проституция угрожает не только нравственности, но и демографии и здоровью нации, так как ведет к нарушению репродуктивной функции, прерыванию беременности и бесплодию у женщин, приводит к широкому распространению опасных инфекций, полученных половым путем.

Комитет по местному самоуправлению Администрации города Томска считает, что решение вопросов противодействия проституции, профилактики асоциальных явлений в молодежной среде могут быть решены только комплексно, при усиленном внимании органов власти всех уровней, ректорского корпуса, общественных организаций, средств массовой информации.

При рассмотрении указанного обращения Управлением были направлены поступившие материалы в УВД по Томской области для проведения проверки (исх. №ЕФ/302 от 29.01.2010). Согласно полученным ответам (вх.№ 1624 от 01.04.2010, №1659 от 02.04.2010, вх.№2191 от 27.04.2010)

проведенной Милицией общественной безопасности УВД по ТО проверкой установлено, что по телефонным номерам 57-03-31, 30-18-88, 32-03-30, 22-45-68, 30-80-87, 30-82-03, 57-74-07, опубликованным в издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г., предлагаются услуги проституток.

В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации проституция запрещена. Согласно п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

Таким образом, рекламное объявление «22-45-68», распространенное в печатном издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г., нарушает требования п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе» и в силу п.4 ст.3 ФЗ «О рекламе» являются ненадлежащими.

В письменном отзыве на определение о возбуждении дела ЗАО «Издатель», в частности, пояснило следующее.

Газета «Реклама» размещает частные объявления, в том числе в разделе «досуг» с указанием номеров телефонов. При этом в данной рубрике печатаются только частные объявления, что не подпадает под действие закона «О рекламе». Исходя из содержания п.5 ст.1 этого Закона, в качестве рекламы следует рассматривать любые объявления юридических лиц и физических лиц, за исключением объявлений последних, не связанных с предпринимательской деятельностью. Так, объявление о досуге как форма знакомства физических лиц, хотя и формирует интерес к информации и предназначены для неопределенного круга лиц, не способствует реализации товаров, идей и начинаний, поэтому рекламой не являются.

Номер телефона и имя в разделе «досуг» нельзя признать рекламой, т.к. отсутствуют все признаки рекламы. А именно, не определен объект рекламирования, не поддерживает интерес к объекту рекламы и не продвигает на рынке. Отсутствие основных и существенных признаков рекламы не позволяет расценивать данные объявления в рамках действующего законодательства о рекламе.

Данные объявления размещают физические лица, в рамках частных объявлений. Сотрудники ЗАО «Издатель» не имеют законного права проверить информацию о факте наличия под данной информацией признаков проституции, это полномочия органов внутренних дел. Следовательно, в действиях ЗАО «Издатель» отсутствуют признаки нарушения действующего законодательства о рекламе.

Вместе с тем, если антимонопольным органом совместно с органами внутренних дел будет установлено, что за информацией, размещаемой в газете «Реклама» в рубрике «досуг» по требованию физических лиц, скрываются услуги проституток, то ЗАО «Издатель» готово в добровольном порядке устранить признаки нарушения законодательства о рекламе.

На рассмотрении дела 28 апреля 2010г. представитель ЗАО «Издатель» подтвердил доводы, изложенные в отзыве на определение о возбуждении производства по делу. Из пояснений, данных представителем ЗАО «Издатель» следовало следующее.

Газете 15 лет, раньше редакция газеты вводила в заблуждение потребителей рекламы, размещая такие объявления (имеются в виду объявления, подобные объявлениям «Примем девушек») в рубрике «вакансии». Были жалобы потребителей, чтобы убрали эти объявления из этого раздела в другую рубрику, была сделана другая рубрику, где и собрали предложения интимных услуг и объявления о вакансиях в этой сфере. Рубрика «досуг» появилась в газете где-то 5-6 лет назад. Правовая экспертиза объявлений, размещенных в указанной рубрике в газете «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г. не проводилась. Для соблюдения требований п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе» при приеме объявлений сотрудниками редакции вопросы рекламодателям не задавались, с целью уточнения объекта рекламирования звонки на телефоны, указанные в объявлениях не осуществлялись, направления запросов в МВД по Томской области для проверки размещаемых номеров не проводилось. Оплата услуг по размещению объявлений проводилась через двух кассиров-менеджеров, после чего объявления сразу шли в номер.

Комиссия Томского УФАС России, заслушав заявителя, пояснения представителя ЗАО «Издатель» <...>, изучив материалы дела, установила следующее.

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в п.1 ст.3 определяет рекламу как информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Комиссия Томского УФАС России пришла к выводу, что рассмотренное объявление «22-45-68», распространенное в печатном издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г., является рекламой, поскольку соответствуют вышеуказанному определению понятия «реклама».

В соответствии с п.2 ст.3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара,

результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Объектом рекламирования в указанной рекламе являются услуги проституток, что подтверждается нижеследующим.

В соответствии с письмом Томского УФАС России от 05.04.2010 № ЕФ/1214/1 лабораторией социологии и гендерных исследований Томского государственного педагогического университета проведено социологическое исследование «Особенности восприятия рекламных сообщений сексуального характера населением г. Томска». Одной из задач исследования было - выявить, воспринимаются ли частные рекламные сообщения спорного характера (преимущественно сексуального) в рубриках «досуг» газеты «Реклама» как реклама проституции, сексуальных услуг проституток.

Предмет исследования — восприятие и отношение мужчин и женщин трудоспособного возраста, проживающих в г. Томске, к частным рекламным сообщениям спорного характера (преимущественно сексуального) в трех печатных изданиях города Томска, в том числе в газете «Реклама» № 11 от 20.03.2010, рубрика «Досуг», стр.54.

По результатам исследования было установлено:

На вопрос «Как Вы считаете, что подразумевается в частных объявлениях в газете «Реклама» № 11 от 20.03.2010, страница 54, представленных в рубрике «Досуг» поступили следующие варианты ответов:

Знакомство — 16.1%

Реклама проституции — 77.5 %

Реклама туристических агентств – 1.9%

Реклама кондитерских изделий — 1.0%

Другое — 3.5%

Из социологического исследования, проведенного лабораторией социологии и гендерных исследований Томского государственного педагогического университета, следует, что рекламные сообщения, опубликованные в печатном издании «Реклама» №11 от 20.03.2010, страница 54, являются рекламой проституции (77,5%). Большинство респондентов социологического опроса считают публикации номеров телефонов с указанием имени в указанной рубрике рекламой проституции.

Социологическое исследование подтвердило, что информация, размещенная в рубрике «Досуг», воспринимается большинством потребителей рекламы как реклама проституции.

Согласно письму милиции общественной безопасности УВД по Томской области от 14.04.2010 исх.№ 7-7/2618 сотрудниками милиции была осуществлена проверка на предмет выявления правонарушений, связанных с размещением рекламы проституции в средствах массовой информации «Реклама» №11 от 20.03.2010. В ходе осуществления проверки были отработаны телефонные номера, указанные в данном номере газеты «Реклама». Установлено, что по указанным номерам действительно размещена реклама проституции. К письму прилагались копии документов, подтверждающих, что посредством размещения в газете «Реклама» вышеуказанных телефонных номеров привлекалось внимание к услугам проституток. В частности данный факт подтверждался: объяснениями привлеченной к административной ответственности по ст.6.11 КоАП РФ гражданки К. от 22 марта 2010 г., постановлениями по восьми делам об административных правонарушениях о привлечении к административной ответственности за нарушение ст.6.11 КоАП РФ, копиями квитанций об оплате наложенных штрафов, рапортами инспектора ЦБСПСПР при ИАЗ УВД ст. лейтенанта милиции Б, актом о проведении телефонного разговора, актом выдачи денежных средств, протоколом изъятия вещей и документов.

Таким образом, объектом рекламирования рассмотренных рекламных объявлений являются именно услуги сексуального характера, оказываемые проститутками, что подтверждается материалами вышеуказанного социологического исследования и результатами проверок, проведенных сотрудниками милиции.

Вместе с тем, комиссия Томского УФАС России пришла к выводу, что в указанной рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемой услуге, чем нарушаются требования ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы. Отсутствие части существенной информации в рекламе вводит часть потребителей рекламы в заблуждение о природе рекламируемой услуги, что подтверждается результатами вышеуказанного социологического исследования.

В соответствии с ч.6 ст.38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение п.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

К административным правонарушениям, связанные с проституцией относятся: неисполнение родителями или законными представителями несовершеннолетних обязанностей по содержанию и воспитанию несовершеннолетних (ст.5.35 КоАП РФ); занятие проституцией (ст.6.11 КоАП РФ); получение дохода от занятия проституцией, если этот доход связан с занятием другого лица проституцией (ст.6.12 КоАП РФ).

Таким образом, в КоАП РФ содержатся отдельные нормы, направленные на запрет услуг проституток.

Уголовным законодательством установлены следующие запреты в сфере общественной нравственности: 1) вовлечение в занятие проституцией (ст.240 УК РФ); 2) организация занятия проституцией (ст.241 УК РФ).

Из перечисленных норм следует, занятие проституцией запрещено законом и за нарушение запрета предусмотрена административная, а в отдельных случаях уголовная ответственность.

Согласно п.1 ст.7 Закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации. Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что данной рекламе нарушены требования ч.1 ст.7 Закона «О рекламе».

В соответствии с ч.6 и ч.7 ст.38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение ч.1 ст.7 Закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодателем.

Из пояснений представителя ЗАО «Издатель» и материалов дела следует, что при подаче объявлений рекламодатель информацию для размещения в газете. При этом договор в письменной форме с рекламодателем не заключается. Представленные ЗАО «Издатель» копии заказов объявления не позволяют определить рекламодателей объявлений.

В соответствии с п.7 ст.3 Закона «О рекламе» рекламодателем — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Согласно пояснениям представителя ЗАО «Издатель» и материалам дела рекламодателем является ЗАО «Издатель».

Таким образом, реклама проституции - «22-45-68», распространенная в печатном издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г. нарушает требования ч.7 ст.5 и п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч.4 ст.38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

Руководствуясь п.1 ч.2 ст.33 и ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу «22-45-68», размещенную ЗАО «Издатель» в печатном издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г., нарушающую требования ч.7 ст.5 и п.1 ст.7 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

Выдать ЗАО «Издатель» предписание об устранении допущенных нарушении законодательства о рекламе в рекламе «22-45-68».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для рассмотрения и приобщения к делу об административном правонарушении №06-09/75-10, возбужденному в отношении ЗАО «Издатель».

Решение изготовлено в полном объеме 4 июня 2010 года.

В соответствии со ст.37 Федерального закона «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель Комиссии

В.И. Шевченко

Члены Комиссии

Е.П. Фоминых

Н.В. Базарова

Т.Д. Максимова

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе

28.04.2010 г.
г. Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии В.И. Шевченко, руководитель управления,
члены Комиссии: Е.П. Фоминых, начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования; Н.В. Базарова - ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования; Т.Д. Максимова, старший специалист 2 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования на основании Решения от 28 апреля 2010 г. по делу №06-11/35-10 о признании ненадлежащей рекламы «22-45-68», размещенной ЗАО «Издатель» в печатном издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г., поскольку указанная реклама нарушает требования ч.7 ст.5 и п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе»,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

Закрытому акционерному обществу «Издатель» (юридический адрес: <...>) со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы с использованием номера телефона 22-45-68 с нарушением п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

Закрытому акционерному обществу «Издатель» представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в десятидневный срок с момента получения предписания.

В случае неисполнения в установленный срок предписания антимонопольного органа Томское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц — от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

В.И. Шевченко

Члены комиссии

Е.П. Фоминых

Н.В. Базарова

Т.Д. Максимова